

кластеров¹. Таким образом, первоначально феноменом организации экономического пространства стали промышленные кластеры, которые можно определить как сеть, включающую участников (субъектов хозяйственной деятельности), взаимодействующих друг с другом в рамках единой цепочки создания стоимости. На сегодняшний день в центре внимания находится инновационный кластер, который рассматривается как модификация промышленного кластера. Определяющей компонентой развития инновационного кластера является информация, на основе которой постоянно обновляются имеющиеся знания, направленные на поиск новых закономерностей пространственного развития.

Авторская позиция заключается в том, что любой кластер является не только элементом, но и способом организации пространства, который обеспечивает ряд пространственных эффектов. Так, речь идет об эффекте «увлечения» (взаимозависимости всех экономических единиц), который, в свою очередь, включает «эффект размеров» (высокий спрос на ее продукцию экономической единицы стимулирует тем самым рост ее производства), «эффект производительности» (снижает цены на свои товары) и «эффект нововведений». С ними связывается вы настоящее время пространственное развитие России и регионов РФ.

Малышева Е.В.²

Пензенский Государственный Университет
г. Пенза, Россия

ПРОБЛЕМЫ МЕЖКУЛЬТУРНОГО ВЗАИМОДЕЙСТВИЯ В МЕЖДУНАРОДНОМ БИЗНЕСЕ

THE PROBLEMS OF INTERCULTURAL INTERACTION IN INTERNATIONAL BUSINESS

Increasing the number of relations between companies of different countries lead to increasing some problems, which is associated with cultural differences. Cultural differences include language differences, national stereotypes and religion differences between international partners. For the successful cooperation, companies should find ways to solve these problems of cultural differences.

Объективным основанием небывалого роста числа контактов с представителями различных стран и культур, возрастания их интенсивности, глубины и разнообразия является глобализация в причудливом и противоречивом сочетании интернационального и национального, универсального и специфического. В ходе протекания данного процесса

¹ *Портер М.* Конкуренция. - М.: Издательский дом «Вильямс», 2002. С.207.

² *Малышева Екатерина Владимировна* - аспирант кафедры Экономической теории и мировой экономики Пензенского Государственного Университета

возникают проблемы, связанные с межкультурными разногласиями в международном бизнесе, которые обусловлены языком, религией, организационной культурой, образованием и т.д., что делает межкультурные исследования (исследования, в ходе проведения которых сравниваются выборки из двух или более культур) все более актуальными.

К числу неразрешенных проблем межкультурных исследований относится проблема взаимодействия национальной культуры общества (совокупность символов, верований, убеждений, ценностей, норм, образцов поведения, присущих всем жителям той или иной страны) и организационной культуры международной компании, работающей в данном обществе и связанной с его представителями по средствам трудовых отношений.

С точки зрения экономики культура определяется как совокупность ценностей, значений, норм, морали, обычаев, посредством которых регулируется и направляется экономическое поведение людей, то есть экономическая культура.

В экономической культуре можно выделить несколько взаимосвязанных уровней, в различной степени воздействующих на экономическое поведение:

- менталитет;
- организационная культура.

Организационная культура – это набор самых важных предположений, принимаемых членами организации и получающих выражение в заявляемых организацией ценностях, которые определяют ориентиры поведения членов организации¹.

Содержание организационной культуры реализуется в следующих характеристиках:

- понимание человеком своего места в организации;
- принимаемый язык общения;
- взаимоотношения между людьми;
- сохранение разделяемых организационных ценностей;
- внутренняя вера человека в принятые организацией идеалы.

Организационная культура может и должна изменяться, особенно для достижения желаемого уровня организационной эффективности. Процесс совершенствования организационной культуры может занять длительное время даже при благоприятных условиях. Организационная культура дает наемным работникам ощущение взаимосвязанности и взаимозависимости качества их работы и дальнейшего развития организации. К сожалению часто, люди осознают влияния существующей организационной культуры только тогда, когда она начинает превращаться для них в помеху или когда они начинают ощущать на собственном опыте ее фундаментальные изменения.

Вторым фактором, влияющим на формирование экономической культуры, является менталитет, который представляет собой элемент духовной культуры общества, обуславливающий поведение человека, в том числе, и в

¹ Пригожин А.И. Организационная культура и ее преобразования // Общественные науки и современность. 2009. № 6. С. 13

сфере экономики. Менталитет нации в целом и человека в частности складывается длительным путем. На его формирование влияют история общества, традиции, коды культуры, стандарты поведения, стиль мышления, которые складываются веками. Менталитет имеет существенное влияние на характеристики социально-трудовых отношений.

На формирование менталитета общества влияют следующие факторы:

- национальные стереотипы;
- религия;
- способы коммуникации (вербальные и невербальные).

Одним из этих факторов являются национальные стереотипы. Национальные стереотипы – это упрощенное, эмоционально окрашенное представление одного народа о другом или о самом себе¹. Несмотря на то, что национальные стереотипы могут содержать зерно истины, они часто основаны на дискриминации и предрассудках и чаще всего имеют негативную природу. Укоренению стереотипов способствует тот факт, что их разделяет большинство людей. Национальный стереотип можно определить как предвзятое отношение к представителю той или иной нации.

Термин «стереотип» был введен в научный оборот американским социологом У. Липпманом. В книге «Общественное мнение», вышедшей в 1922г., он сделал попытку определить место и роль стереотипов в системе общественного мнения². Под стереотипом Липпман понимал особую форму восприятия окружающего мира, оказывающую определенное влияние на данные человеческих чувств до того, как эти данные дойдут до сознания человека.

В России проблемам изучения стереотипов не уделялось такого внимания, как на Западе. Вместе с тем в России был разработан ряд концепций.

Интересное исследование было проведено доктором психологических наук А.Г. Шмелевым. Суть исследования заключалась в выявлении национальных стереотипов представителей русской нации к самим себе и другим нациям. Шмелевым и его коллегами были выделены 15 лексических классов (шкал), используемых в российской культуре для представления личностных черт (таблица 1).

Важной особенностью этих шкал является то, что в них уже отражен стереотип русского национального характера. Согласно исследованиям А.Г. Шмелева, русские ожидают увидеть в окружающих людях не просто нейтральные существа, а существа по природе своей немножко добрые, немножко умные, немножко непрактичные, не очень вежливые и т.д. В названии каждой из шкал представлен ее положительный полюс, который является ожидаемым.

¹ Стереотипы национальных характеров. URL : [http:// vaal.ru/show.php](http://vaal.ru/show.php)

² Каргаполов В.Е. Экономическая культура человека, общества и государства // Экономические науки. 2009. № 3. С. 103

Таблица 1 – Лексические классы для представления личностных черт¹

Смысловая шкала	Пример полюса (-)	Пример полюса (+)
Доброжелательность	Злой, бесчеловечный	Добрый, сердечный
Интеллект	Глупый	Думающий, просвещенный
Экстраверсия	Апатичный	Оживленный
Самоконтроль	Небрежный	Обязательный
Независимость	Слабый, тряпка	Сильный, боец
Спокойствие	Невыдержанный, раздражительный	Покладистый, спокойный
Непрактичность	Опытный, практичный	Наивный
Правдивость	Лгун	Незапятнанный, праведный
Доминантность	Соглашатель	Неуступчивый
Неизбалованность	Избалованный, капризный	Непритязательный
Деятельность	Волокитчик	Дельный, деловой
Открытость	Нелюдимый	Раскрепощенный
Эгоизм	Непритязательный	Гордец, самолюбивый
Грубость	Изысканный, музыкальный	Наглый, невежливый
Необычность	Типичный	Необычный

По результатам исследования был сделан вывод, что русские люди сами считают себя довольно симпатичными. Главные их черты – ум, доброта и желание жить по правде. Из других национальностей наибольшие симпатии у них вызывают англичане, французы и евреи. Наименее же симпатичны немцы, японцы и украинцы, американцы (рисунок 1).

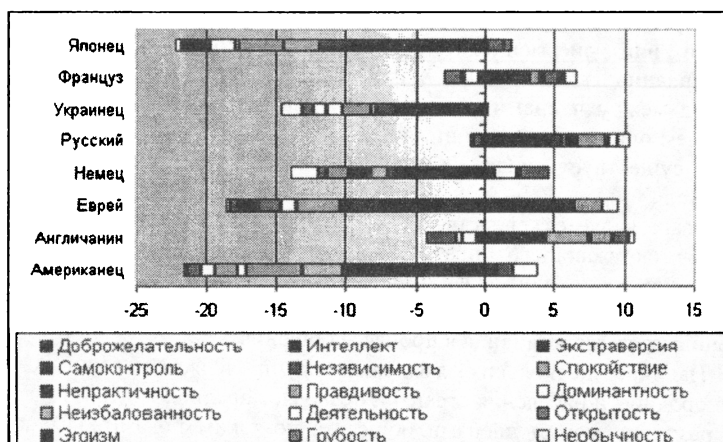


Рисунок 1 – Личностные черты²

¹ Стереотипы на национальных характеров. URL : [http:// vaal.ru/show.php](http://vaal.ru/show.php)

² Стереотипы на национальных характеров. URL : [http:// vaal.ru/show.php](http://vaal.ru/show.php)

Другим фактором, влияющим на процесс формирования менталитета общества, является религия. Религия – это один из важнейших аспектов жизни любого общества. Религия определяет способы установления контактов между членами одного общества, а также между представителями разных обществ. Религия задает нормы поведения человека, а значит, и влияет на его экономическую деятельность. Она может запрещать своим последователям жульничать и нарушать обещания, что способствует развитию экономики. В то же время религия может объявить обогащение греховным и возвести смирение плоти в высший идеал. Межстрановые сравнения показывают, что, во-первых, религиозность граждан благотворно влияет на экономическое развитие, а во-вторых, что эффект этот проявляется по-разному для разных религий.

Религия определяет отношение верующих к работе, потреблению, личной ответственности и планированию будущего¹. Например, индуизм проповедует духовное совершенствование, а не экономический успех. Ислам, как и христианство, делает большее ударение на обязательствах индивида перед обществом – прибыли, полученные посредством честных деловых операций, имеют право на существование, однако компания не должна получать прибыли от эксплуатации или обмана людей.

Еще одним фактором, формирующим менталитет общества, являются способы коммуникации. Коммуникация – в широком смысле – это обмен информацией между индивидами через посредство общей системы символов. Способы коммуникации делятся на два вида:

- вербальные способы коммуникации;
- невербальные способы коммуникации.

Вербальная коммуникация – это коммуникация на основе речевого (устного или письменного) общения. Основным субъектом вербальной коммуникации является язык. Язык представляет собой важнейшее средство общения между членами общества. Следовательно, язык является основным критерием определения границ культурной группы. По оценкам специалистов, в мире существует около 3000 различных языков и более 10000 отдельных диалектов².

Язык является средством выражения мыслей человека о явлениях и событиях окружающего мира. В процессе формулирования мыслей на каком-либо языке происходит отфильтровывание наблюдений и восприятий, что в свою очередь оказывает непредсказуемое воздействие на сообщения, которыми обмениваются два индивида в процессе общения.

Наличие нескольких языковых групп является важным признаком неоднородности населения страны и позволяет предположить, что в этой стране есть различия между членами общества по таким показателям, как уровень доходов, отношение к труду, уровень образования и т.д. Как правило, в странах, где доминирует один язык, общество является более однородным, в таких странах статус нации определяет характеристики общества. В странах, в

¹ Религия и деловая культура. URL : [http:// sunhome.ru/journal/110439](http://sunhome.ru/journal/110439)

² Вербер Ш., Габжевич Дж., Гинзбург В., Саватеев А.В., Филатов А.Ю. Языковое разнообразие и его влияние на экономические и политические решения // Журнал новой экономической ассоциации. 2009. № 3 – 4. С. 29

которых существует несколько языковых групп, общество является неоднородным, а язык представляет собой важное средство идентификации культурных различий, свойственных членам этого общества.

В межличностном общении на долю общения посредством слов приходится 35% передаваемой информации, а невербальная коммуникация передает 65% всей информации. При выражении отношения телодвижения передают 55% информации, голос – 38%, а слова – 7%¹.

Невербальная коммуникация – поведение, сигнализирующее о характере взаимодействия и эмоциональных состояниях общающихся индивидов. Это жесты, мимика, поза, одежда, прическа, окружающие предметы.

Невербальная коммуникация представляет собой обмен невербальными сообщениями между людьми, а также их интерпретацию. Она возможна потому, что за всеми этими знаками и символами в каждой культуре закреплено определенное значение, понятное окружающим. Невербальные сообщения способны передавать обширную информацию. Прежде всего, это информация о личности собеседника.

Национальная культура таит в себе неограниченные возможности повышения эффективности и экономического роста, в национальных особенностях общества скрыт источник конкурентного преимущества государства в целом и отдельной компании в частности. Поэтому закономерна корреляция между господствующей в обществе системой ценностей, культурных норм и установок и уровнем его экономического развития.

Наиболее ярко процесс кросс-культурного взаимодействия в международном бизнесе и возникающие вместе с ним проблемы отражается в формах интеграции международных и транснациональных компаний, таких как образование стратегических альянсов между компаниями, а также сделки по слиянию и поглощению.

Слияния, поглощения и стратегические альянсы – необычный экономико-организационный феномен, как по величине вовлекаемых финансовых инвестиций, так и по получаемым по итогам реализации сделок результатам.

Стратегический альянс – это деловое соглашение о взаимовыгодном сотрудничестве между двумя или более компаниями. Партнеры по стратегическому альянсу могут договориться об объединении своей деятельности по разработке новых продуктов, а также об обмене опытом в сфере маркетинга и управления².

Слияния и поглощения – это один из видов практикуемой фирмами интеграции, относимой к разряду организационной интеграции. Но практика слияний и поглощений однозначно не доказывает эффективность данной стратегии³. Другими словами, слияния и поглощения следует расценивать не столько как средство улучшение финансовых показателей фирмы, сколько – в

¹ Принципы корпоративной этики ведения бизнеса. URL: <http://eljitarium.ru/2007/04/16/>

² Знаменский А.О. Стратегические альянсы как международное объединение корпораций // Российский внешнеэкономический вестник. 2008. № 4. С. 11

³ Клевжиц Д.В. Слияния, поглощения и стратегические альянсы – генераторы развития интеллектуального капитала компании // Экономические науки. 2008. № 46. С. 298

перспективе – как действенный инструмент конкурентной корпоративной стратегии и организационного развития. И в этом качестве сделки по слияниям и поглощениям улучшают конкурентные позиции и рыночную оценку фирмы в перспективе.

Мировой опыт показывает, что не более 50% всех слияний и поглощений достигают первоначально запланированных результатов. Аналогично, около 40% совместных предприятий и других интеграционных форм терпят неудачу¹. Одной из причин низкой эффективности такого рода сделок является неправильным выбором партнера, а также несовместимость национальных и организационных культур компаний. Культурные различия сами по себе не оказывают губительного влияния на интеграцию, но значительно осложняют ее и снижают ее эффективность.

Различия в национальных культурах объясняют и отличия в организационных и административных особенностях компаний и ожиданиях их служащих. Чем отдаленнее две страны в культурном отношении, тем контрастнее организационные характеристики расположенных в них компаний. Национальная культура проявляется в способах, бизнес-технологиях, которыми компании осуществляют трансграничные сделки по слиянию и приобретению, а также формированию стратегических альянсов. К трансграничным сделкам по слиянию и поглощению, образованию стратегических альянсов относятся сделки по объединению двух и более иностранных компаний. Каждая национальная культура ассоциируется с наиболее предпочтительным для нее набором управленческих технологий и бизнес-практик, сложившейся стиль управления также является культурно обусловленным. Различия национальных культур создает дополнительные барьеры формированию единой организационной культуры. Сделать выбор в отношении транснациональной комбинации из сходных корпоративных культур также оказывается недостаточно в том случае, если конфликтуют национальные культуры. Таким образом, различия в национальных культурах являются чрезвычайно значимыми не только для выбора и организации того или иного варианта транснационального интегрирования, но так же и для совместной разработки будущих бизнес-стратегий.

Но в тоже время, то, что различия в культурах представляют серьезную угрозу эффективности интеграции компаний, не всегда подтверждается. Более того, стремление найти, во что бы то ни стало сходную в культурном отношении компанию-партнера, отказываясь зачастую от вновь открывающихся рыночных возможностей, не является гарантией эффективности сделки. Большой эффект достигается при грамотном управлении культурными различиями. Поэтому в работе была разработана пошаговая стратегия культурной интеграции компаний.

Первый шаг включает в себя четкое осознание целей интеграции и анализ возможностей их достижения иными альтернативными методами: возможно

¹ Кабанченко С. Г. Анализ зарубежного опыта формирования и развития стратегических альянсов // Проблемы современной экономики. 2011. № 1 (37). С. 140

цели, к которым стремится компания, можно достигнуть иными менее болезненными методами, нежели интеграция, грамотное проведение которой требует достоверной:

- финансовой оценки;
- маркетинговой оценки и исследования стратегии и целей партнера;
- оценки «организационной совместимости» с компанией-партнером,

которая предполагает проведение качественного анализа по следующим параметрам:

- стратегия развития;
- размер и оборот компании;
- клиентура компании;
- организационная структура;
- стиль и система управления;
- кадровая политика;
- организационная культура фирмы.

Наименее разработанным из 3 представленных этапов оценки и наиболее сложным в исследовательском отношении остается сопоставление организационных культур с точки зрения их соответствия либо несоответствия.

На втором шаге предлагается создание отдела интеграции, который включал бы в себя команду разнопрофильных специалистов и эксперта в сфере организационного поведения. Одно из главных условий – непереносное делегирование в состав отдела представителей всех объединяемых структур, независимо от степени их экономического влияния.

В компетенцию отдела в области культурной интеграции будет входить разработка комплекса мер по прохождению интеграции как можно более безболезненно для обеих компаний. Для этого необходимо провести тщательный анализ организационных культур компаний вступающих в сделку, который будет состоять из диагностики организационных культур в условиях корпоративной интеграции.

В результате диагностики необходимо определить тип организационных культур, сделать выводы о культурной согласованности основных атрибутов, предпочтениях сотрудников компаний. При трансграничной интеграции важен анализ не только сопоставимости организационных культур, но также и национальных культур. Своего рода индикатором сопоставимости национальных культур является языковая близость стран, представителями которых являются компании, осуществляющие процесс интеграции.

Например, при анализе языковой близости между Европейскими странами можно воспользоваться построенной И. Дайеном, Дж. Крускалом и П. Блэйком матрицей расстояний между индоевропейскими языками (таблица 2).

Таблица 2 – Матрица расстояний между языками¹

	IT	FR	SP	PT	GE	NL	SW	DA	EN	SV	CZ	PL	RU	UA
IT	0	0,20	0,21	0,23	0,73	0,74	0,74	0,74	0,75	0,76	0,75	0,76	0,76	0,77
FR	0,20	0	0,27	0,29	0,76	0,76	0,76	0,76	0,76	0,78	0,77	0,78	0,77	0,78
SP	0,21	0,27	0	0,13	0,75	0,74	0,75	0,75	0,76	0,77	0,76	0,77	0,77	0,78
PT	0,23	0,29	0,13	0	0,75	0,75	0,74	0,75	0,76	0,78	0,76	0,78	0,77	0,78
GE	0,73	0,76	0,75	0,75	0	0,16	0,30	0,29	0,42	0,73	0,74	0,75	0,76	0,76
NL	0,74	0,76	0,74	0,75	0,16	0	0,31	0,34	0,39	0,75	0,76	0,77	0,78	0,79
SW	0,74	0,76	0,75	0,74	0,30	0,31	0	0,13	0,41	0,75	0,75	0,76	0,75	0,76
DA	0,74	0,76	0,75	0,75	0,29	0,34	0,13	0	0,41	0,73	0,75	0,75	0,74	0,76
EN	0,75	0,76	0,76	0,76	0,42	0,39	0,41	0,41	0	0,75	0,76	0,76	0,76	0,78
SV	0,76	0,78	0,77	0,78	0,73	0,75	0,75	0,73	0,75	0	0,34	0,37	0,39	0,36
CZ	0,75	0,77	0,76	0,76	0,74	0,76	0,75	0,75	0,76	0,34	0	0,23	0,26	0,24
PL	0,76	0,78	0,77	0,78	0,75	0,77	0,76	0,75	0,76	0,37	0,23	0	0,27	0,20
RU	0,76	0,77	0,77	0,77	0,76	0,78	0,75	0,74	0,76	0,39	0,26	0,27	0	0,22
UA	0,77	0,78	0,78	0,78	0,76	0,79	0,76	0,76	0,78	0,36	0,24	0,20	0,22	0

В матрице приняты следующие обозначения: IT – итальянский язык, FR – французский язык, SP – испанский язык, PT – португальский язык, GE – немецкий язык, NL – голландский язык, SW – шведский язык, DA – датский язык, EN – английский язык, SV – словенский язык, CZ – чешский язык, PL – польский язык, RU – русский язык, UA – украинский язык.

Чем меньше расстояние между языками, то есть чем ближе языки друг к другу, тем ближе национальные культуры, то есть схоже восприятие ценностей, например, таких как отношение к бизнесу и деньгам. Например, России наиболее близка Украина – 0,22, Германии – Нидерланды – 0,16, в свою очередь национальные культуры Германии и России далеки друг от друга – 0,76 (таблица 2).

Третьим шагом должен стать анализ возможных негативных последствий интеграции (в частности степени стрессового воздействия процесса интеграции на персонал и его продолжительности) с целью выработки мероприятий по их предотвращению или сведению к минимуму.

Четвертым шагом является представление результатов анализа национальных и организационных культур интегрируемых компаний в виде программы культурной интеграции, включающей в себя следующие мероприятия:

- оценку соответствия организационных культур компаний-участниц сделки;
- оценку сильных и слабых сторон культур, их соответствия целям, приоритетам компаний и специфике внешней среды;
- рекомендации по необходимым изменениям и инструментам управления организационной культурой;

¹ Вербер Ш., Габжевич Дж., Гинзбург В., Савватеев А.В., Филатов А.Ю. Языковое разнообразие и его влияние на экономические и политические решения // Журнал новой экономической ассоциации. 2009. № 3 – 4. С.31

- перечень мероприятий по интеграции организационных культур компаний.

Пятый шаг это представление руководству программы культурной интеграции, ее утверждение и проведение мероприятий запланированных в ней. А также анализ и наблюдение результатов проведения данных мероприятий.

На основе проведенного в работе анализа, можно сделать вывод, что основной рекомендацией при осуществлении компаниями трансграничных сделок является то, что руководство интегрируемых компаний должно быть готово к возникновению межкультурных проблем и оперативному, действенному и конструктивному реагированию на них. Интегрируемые компании должны уметь профессионально управлять культурными различиями.

Культурный, а именно человеческий фактор в международном бизнесе может стать как ключом к достижению наибольшей эффективности и прибыльности в деятельности компании, так и причиной провала финансово привлекательной сделки.

Мальцев А.А.¹

Уральский государственный экономический университет
г. Екатеринбург, Россия

ДВИЖЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ МЫСЛИ В РАЗРЕЗЕ СМЕНЫ ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ УКЛАДОВ*

THE GROWTH OF ECONOMIC THOUGHT IN THE CONTEXT OF TECHNO-ECONOMIC PARAGIMS CHANGE

The correlation of absolutist and relativist approach in economic analyses is analyzed. There has been revealed the economic knowledge empirical character and its link with the global economy techno-economical landscape modification. The epistemological causes of neoclassical orthodoxy crisis are determined.

Рубеж тысячелетий в плане развития общественной мысли ознаменовался появлением значительного количества работ, отмечающих кризисное состояние экономической теории². Все чаще слышны голоса ученых, настаивающих на

¹ *Мальцев Александр Андреевич* - доцент кафедры Мировой экономики Уральского государственного экономического университета, кандидат экономических наук.

* Статья подготовлена в рамках реализации ФЦП «Научные и научно-педагогические кадры инновационной России» на 2009-2013 годы по лоту № 16.740.11.0696 «Компаративный анализ модернизационных стратегий в мировой экономической практике».

²См., подробнее, работы, где критически и беспристрастно анализируется положение дел в современной экономической науке: Белл Д., Иннозметев В. Эпоха разобщенности: размышления о мире XXI века. М.: «Центр исследований постиндустриального общества». 2007. С. 237-245; Клисторин В.И. О кризисе экономической науки в стране и мире // ЭКО. 2009. № 9; Некипелов А.Д., Татаркин А.И., Попов Е.В. Приоритеты развития современной экономической теории // Экономическая наука современной России. 2006. № 3; Некипелов А.Д.,